

|| 企業調査レポート ||

橋本総業ホールディングス

7570 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

[紹介動画はこちら >>>](#)

2019 年 8 月 30 日 (金)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	02
3. 組織概要	04
4. 業界環境	05
■ 事業概要	07
1. 取扱商品	07
2. 流通構造上の特徴	08
3. 強み	10
■ 中期経営計画	11
1. 「3つのベスト」	11
2. 中期の取り組み	12
■ 業績動向	13
1. ターニングポイント	13
2. 2019年3月期業績動向	14
3. 2020年3月期業績見通し	17
■ 株主還元策	18
1. 配当方針	18
2. 株主優待制度	18

■ 要約

管工機材のベストパートナー

橋本総業ホールディングス<7570>は管工機材・住宅設備機器の1次卸である。管材や衛生陶器・金具、住宅設備機器、空調機器・ポンプなど住設・建設関連資材を、全国の2次卸やゼネコン・サブコンへ向けて販売している。同社は1890年に設立され130年の歴史を有する老舗で、三代目社長がメーカー特約店として商売を広げ、四代目の現社長がベストパートナーをテーマにメーカーや販売先などで取引先満足の向上や地域密着、システム活用を推進している。

同社の取扱商品は、パイプ類、継手類、バルブ類など管材類、トイレ・水栓金具など衛生陶器・金具類、給湯機器やキッチン設備など住宅設備機器類、各種エアコンなど空調機器・ポンプである。同社は、ネットカタログで売れ筋を網羅するなど利便性を高めている。また、研修やイベント、展示会、販促、ITなどのサービスを展開することで、メーカーから2次卸・施工業者まで同社と取引先が一体となった強い結びつきを形成することで川上から川下までを包括する、強力なバリューチェーンになっている。リアルとEC(電子商取引)の両方向から強力なバリューチェーンを形成していることが、同社の強みと言える。

同社は「設備商品の「流通」と「サービス」を通じて、快適な暮らしを提供する」というミッションのもと、「設備のベストコーディネーター」「流通としてベストパートナー」「会社としてベストカンパニー」という「3つのベスト」によってステークホルダーの期待に応え、社会に貢献することを目指している。一方で、「3つのフル」「みらい活動」「進化活動」という取り組みによって中期的な成長と進化を図っている。具体的には、「フルカバー」「フルライン」「フル機能」によって様々な需要に対応し、「みらい活動」で取引先とのコラボレーションを深化、「進化活動」によって生産性を向上する計画である。これらにより、2022年3月期に売上高1,600億円、経常利益40億円、自己資本比率40%、ROE9.5%、ROA4.0%の達成を目指している。

2019年3月期の業績は、売上高132,944百万円(前期比3.6%増)、営業利益2,482百万円(同11.6%増)となった。親会社株主に帰属する当期純利益については、投資有価証券売却損などを特別損失に計上したため伸び率が低くなった。しかし、「3つのフル」「みらい活動」「進化活動」を具体化し積極展開したことにより、売上高で2,944百万円、営業利益で82百万円期初計画を上回る好調な業績となった。2020年3月期の業績見通しについては、売上高137,000百万円(同3.1%増)、営業利益2,750百万円(同10.8%増)を見込んでいる。既存分野でのシェアアップを目指し、地域密着型の営業を積極的に展開する一方、仕入価格や販売価格の管理強化、コスト削減の継続によって収益性を向上させる考えである。

Key Points

- ・ 130年の歴史を誇る管工機材・住設機器の一次卸
- ・ ベストパートナーとして取引先と強い結びつき
- ・ 2022年3月期に経常利益40億円を目指す

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

水回りに強い管工機材卸

1. 会社概要

同社は住空間、特に水回りに強い管工機材・住宅設備機器の1次卸である。管材や衛生陶器・金具、住宅設備機器、空調機器・ポンプなど住設・建設関連資材を、全国の2次卸やゼネコン・サブコンへ向けて販売している。1次卸として在庫や情報機能を十分に生かすことで、メーカーや2次卸など取引先と強く結びついたバリューチェーンを形成していることが特徴である。

130年の歴史を有する

2. 沿革

同社は、橋本久次郎(はしもときゅうじろう)氏が1890年に神田岩本町にパイプや継手などを販売する個人商店を開業したのが始まりで、同氏が130年の歴史を有する管工機材商としての基礎をつくった。二代目の政次郎(まさじろう)氏は製造卸としてカタログ販売や自社製品の製造を行い、戦後の同社を引き継いだ三代目の政雄(まさお)氏はメーカーの特約店として商売を広げ、四代目の現社長である政明(まさあき)氏は、ベストパートナーとしてメーカーや販売先などの取引先満足を向上させる一方、地域密着やM&A、システム活用など新時代への対応も強力に推進している。

橋本総業ホールディングス | 2019年8月30日(金)
7570 東証1部 | <https://www.hat-hd.co.jp/>

会社概要

沿革

年	
1890	神田岩本町にて「橋本商店」を開業
1903	水道用の材料を扱う
1905	ドイツよりポンプを輸入
1908	オリジナル商品「橋本式水道自在器」開発
1913頃	いくつかの工場で、管材商品を製造
1915	日本橋小伝馬町に店舗を移転
1924	「橋本パイプ店」に商号改称
1926	「橋本の商報」を発行
1935	HAT 印製品を製造販売、電信略号を付す
1937	中国への輸出開始
1938	「株式会社橋本商店」に改組
1939	「株式会社橋本製作所」発足
1961	業務合理化にコンピュータ（電算機）を導入
1963	深川倉庫竣工
1964	「橋本レポート」発行
1970	現社名「橋本総業株式会社」に改称、本社屋を建設
1985	地区 HAT 会を組織
1989	「建設設備セミナー」スタート
1990	創業百周年大商談会（幕張メッセ）
1997	日本証券業協会に店頭登録
1999	東京配送センターを深川から東雲に移転
2002	大明工機（株）をグループ化
2003	空調衛生工学会より「篠原記念賞」を受賞
2004	HAT 会を『みらい会』に改称
2004	ジャスダック証券取引所に上場
2009	「橋本学校」を月次定例化
2012	エコステージ協会より「エコステージ 3」認証取得
2013	日科技連より『品質革新賞』を受賞
2013	若松物産（株）をグループ化
2014	東京証券取引所第 2 部に上場
2014	東京証券取引所第 1 部に上場
2016	「橋本総業ホールディングス株式会社」でグループ化
2017	（株）大和をグループ化
2018	（株）永昌洋行をグループ化
2018	（株）ムラバヤシをグループ化

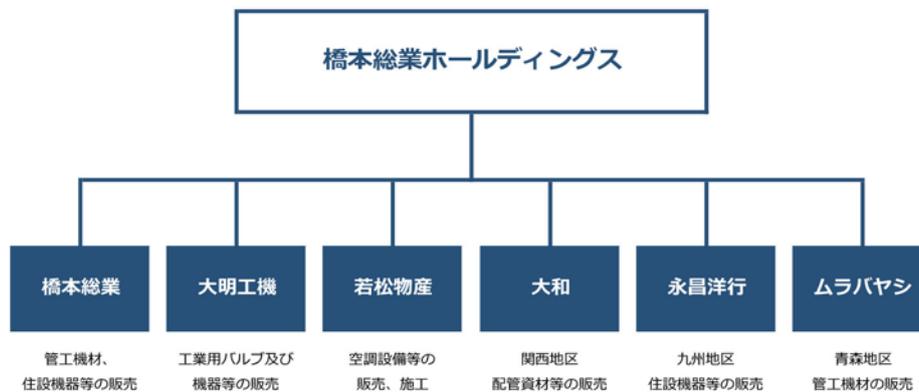
出所：ホームページよりフィスコ作成

全国津々浦々をカバーする拠点網

3. 組織概要

同社グループは、持株会社の同社及び連結子会社6社により構成されている。子会社の橋本総業(株)は全国に46拠点、大明工機(株)が全国に13拠点、若松物産(株)が愛知県に2拠点、(株)大和が大阪府に1拠点、(株)永昌洋行が福岡県に2拠点、(株)ムラバヤシが青森県に1拠点を展開している。こうしたフォーメーションで全国津々浦々を網羅していることになるが、同社発祥の関東から東海にかけて比較的拠点が充実している。各社とも管材類、衛生陶器・金具類、住宅設備機器類、空調機器・ポンプの販売を主たる業務としているが、それぞれに特徴もある。橋本総業はオールマイティな品ぞろえと機能を有し、グループのリーダー格であり成長のけん引役でもある。大明工機は創業以来70年以上にわたる歴史があり、各種プラント用機器・装置の専門商社としてエンジニアリング産業の一翼を担っている。自動弁の組み立てや各種メンテナンスなど独自の技術を有し、あらゆる産業プラントの環境改善・省エネに貢献することができる。若松物産は空調設備の販売と施工を得意としており、大和は関西エリアにおける鋼管の販売、永昌洋行及びムラバヤシはそれぞれ強固な地盤を有し、地域に密着した営業を展開している。

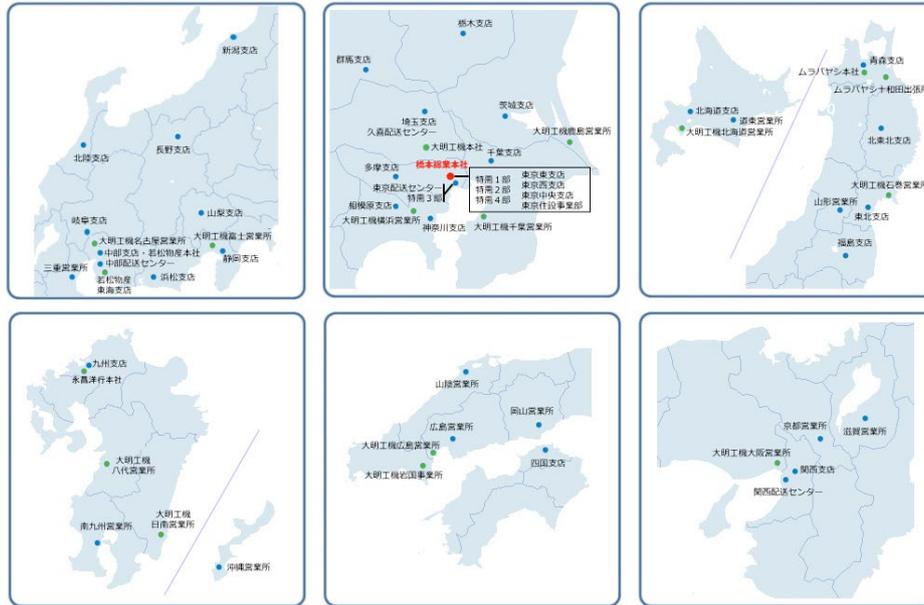
グループ構成



出所：会社資料よりフィスコ作成

会社概要

全国拠点体制



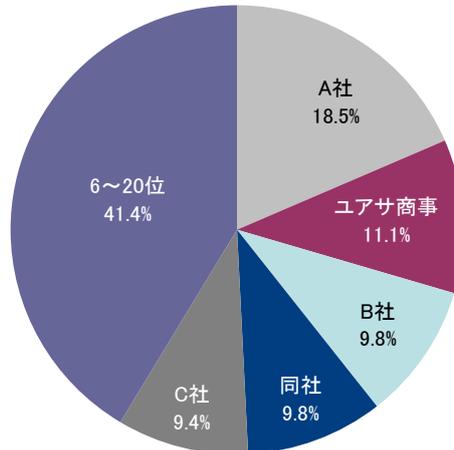
出所：ホームページより掲載

良好な管材・住宅設備業界

4. 業界環境

同社の取扱商品は、管材類や衛生陶器・金具類、住宅設備機器類、空調機器・ポンプで、業界としては建材・住宅設備産業ということになり、主に管材類、衛生陶器、金具類を中心に取り扱っている。建材・住宅設備産業の中で、同社は1次卸として、多様なメーカーと全国に広く存在する2次卸やゼネコン・サブコンを結ぶ流通の要となっている。建材・住宅設備産業における1次卸は非上場企業が多く、上位に位置する上場企業は同社と、専業ではないがユアサ商事 <8074> などがある。

会社概要

**建材・住宅設備1次卸市場の売上高構成比
(2017年度上位20社)**


注：上位20社の合計を100とした。また、ユアサ商事は住設・管材・空調部門のみ
出所：ヒアリングよりフィスコ作成

住宅関連は、少子高齢化や人口減少といった観点からネガティブな印象を持たれやすい。しかし、建材・住宅設備の市場は住宅だけでなく非住宅もあり、また新築ばかりでなくメンテナンスやリフォーム、リノベーションまで含まれるので、堅調な市場とすることができる。足元でも2018年度のリフォーム市場が1.6%拡大するなど、住宅のリフォームやリノベーションは堅調である。加えて、小中学校を中心としたエアコン設置率の低い公共施設への設置ニーズや待機児童対策による保育施設の建設、東京を中心とした多数の再開発プロジェクトなどがあることから、市場環境は良好と言える。

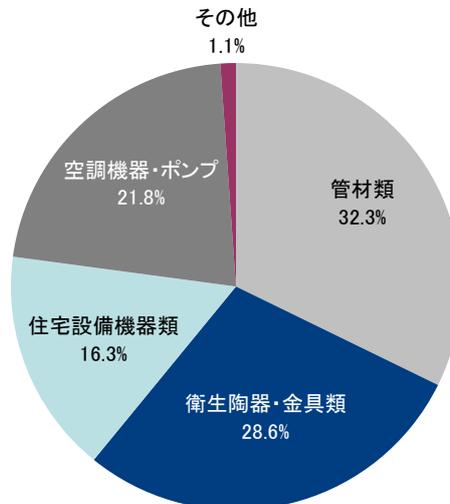
■ 事業概要

管材類中心に多様な品揃え

1. 取扱商品

同社の取扱商品は、管類、継手類、パルプ類、化成品類、工具関連機材など管材類、便器・手洗器、洗面化粧台など衛生陶器・金具類、給湯関連や厨房関連など住宅設備機器類、各種エアコンや各種ポンプなど空調機器・ポンプであり、水回りのパイプやガス関連の商品が多いという特徴がある。主要な仕入先メーカーは積水化学工業<4204>やTOTO<5332>、パナソニック<6752>、キッツ<6498>、ダイキン工業<6367>など業界や日本を代表するメーカーが多い。なかでもTOTOからの仕入高は全仕入の30%程度になるなど、メーカーサイドにとっても同社は外すことのできない流通の要となっている。取扱アイテム数は4万点あり、主要倉庫では常時13,000点を在庫している。2019年3月期のセグメント別売上高構成比は管材類32.3%、衛生陶器・金具類28.6%、住宅設備機器16.3%、空調機器・ポンプ21.8%となっている。

売上高の構成比(2019年3月期累計)



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業概要

セグメント別主要商品

セグメント	主要商品	19/3期 売上構成比	
管材類	管類	鋼管、ステンレス管、銅管、鉛管、鉄管等	32.3%
	継手類	鋼管用継手、ステンレス管用継手、銅管用継手、ドレネジ継手、溶接継手等	
	バルブ類	各種材質汎用バルブ、パタフライバルブ、チャッキ弁、安全弁、減圧弁、調節弁等	
	化成品類	塩ビ管、ポリエチレン管、ポリプロピレン管、塩ビ管用各種継手類、カラーパイプ、FRPパネルタンク等	
	工具関連機材	各種配管用・工作用工具類、電動工具類	
衛生陶器・金具類	便器・手洗器、洗面器、洗浄便座、センサーシステム、バス、洗面化粧台、水栓類、シャワー金具類等	28.6%	
住宅設備機器類	給湯関連	給湯器、風呂釜、湯沸器等	16.3%
	厨房関連	システムキッチン、ユニット流し台等	
空調機器・ポンプ	空調関連	ルームエアコン、パッケージエアコン等	21.8%
	ポンプ類	汎用陸上ポンプ、ラインポンプ、水中ポンプ等	

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

各セグメントの主要商品



管材類



衛生陶器・金具類



住宅設備機器類



空調機器・ポンプ

出所：会社資料より掲載

「みらい活動」でバリューチェーン作り

2. 流通構造上の特徴

近年、MRO（間接資材）販売などにおいては、MonotaRO<3064> やアスクル<2678>、アマゾン・ドット・コム<AMZN> など EC の成長が目覚しいが、同社は取引先向けに商品情報や地域～マクロ情報、人材の研修・教育などのサービスを提供しており、ほかにも設計段階から見積もりに参加するなど、メーカー、2次卸、ゼネコン、工務店・施工業者と川上から川下までが一体となったバリューチェーン※を既に形成しているという強みがある。リアルにしる EC にしる、強力なバリューチェーンを形成したほうが有利と考えられる。

※ バリューチェーン：川上から川下までが一体となった商物情報流それぞれに高い付加価値のある流通。

橋本総業ホールディングス | 2019年8月30日(金)
7570 東証1部 | <https://www.hat-hd.co.jp/>

事業概要

パラダイムシフトについては、かつてホームセンターがプロ向け商材を拡充した際の状況に似ている。突如現れたECやホームセンターの利便性にフォーカスして比較したため、新しい流通が市場を席卷したように見える。しかし、従来の流通も利便性を高めることができる。同社では、土日祝日24時間365日いつでも注文や在庫を検索できる会員専用Webサイト「Online Partner System (OPS)」を運営している。ネットカタログ「e-設備NET/PRO」では、建築現場で必要となるカタログや図面などをWeb上から取り出すことができる。また、販売店からのWeb受注は既に売上の2割に達しており、更に比率を上げているなど、同社もWebを通じた利便性ニーズをしっかりと捕捉している。なお、新しい流通と従来の流通の2つを融合して活用するのが結果的に強力と言えるのは、EC専業がリアル店舗を求めていることから分かる。

また、同社のバリューチェーン作りを「みらい活動」と言い、業界最大、最良のネットワークを目指している。「みらい活動」には「みらい会」「みらい市」「みらいサービス」がある。「みらい会」は、研修やイベントを通じて会員の要望に応える会である。「みらい会」は全国22地区それぞれにあり、販売店約500社、仕入先約150社、そして同社の各支店で構成されている。研修会は年4回以上開催され、参加者は商材や経営などのノウハウの取得に取り組む。また、川上から川下への情報伝達だけでなく、川下から川上へのフィードバックもある。「みらい市」は業界最大級の展示会イベントで、メーカーの展示ばかりでなく、「みらい会」会員相互の販促の場にもなっている。また、ネット上で「みらい市」を体験できる「Webみらい市」も開催している。「みらい市」は2019年上期に北海道、中部、東北で開催、下期には東京と中四国で開催する予定である。ちなみに、最大規模の東京みらい市の2018年の実績は、メーカー450社が出展、来場者数は15,000人を超える大規模なイベントとなった。このように、同社のバリューチェーンでは、販売店・工事業者、メーカー、金融、そして同社が“4位1体”となってコラボレーションをしているのである。

みらい会の“4位1体”イメージ(左)とみらい市(右)



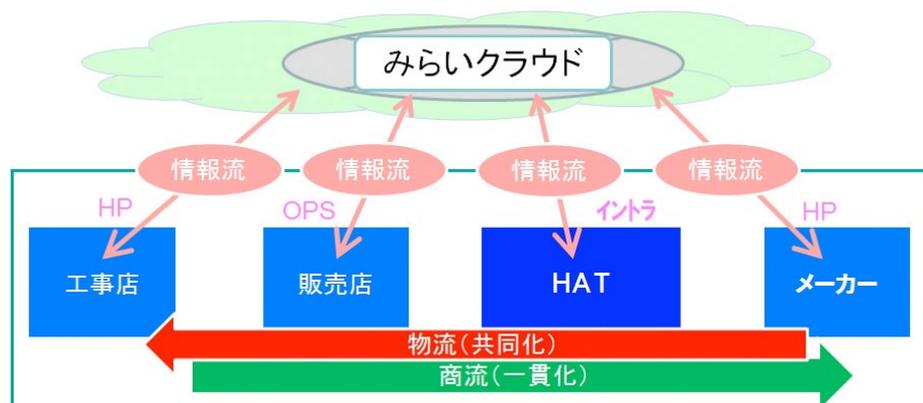
出所：橋本総業ホームページより掲載



事業概要

「みらい会」「みらい市」を背景に、販促、支援、研修、ITなど「みらいサービス」も展開している。販促ツールとしては、社名入りで総合管材百科(カタログ)の「みらい百科」、市況や経済、商品の最新情報を毎月届ける「月刊みらい」、月刊みらい」を動画にした「みらいTV」、最新の業界・商品情報をメールやFaxで届ける「みらいデイリーニュース」などがある。支援ツールは、図面や3Dプレゼンシート作成をサポートする「設計支援」、リフォーム受注に向けた設備機器の省エネ診断ツールの「省エネ診断」、設備機器を10年保証する「機器保証」などがある。研修は毎月本社などで開催する経営幹部セミナー「橋本学校」、各地で開催するセミナーや講演会、商品の研修などを通じて業界のプロを目指す「みらいアカデミー」、座学+施工など東雲研修センターでの「ショールーム研修」や施工研修、メーカーの内外工場での研修会など工場研修・海外研修などである。ITサービスとしてはOPSのほか、ペーパーレスFAXとデータ共有により見積・事務を代行する「ドキュワークス」、AIチャットボットを組み合わせた「みらいChat」、次世代リフォーム営業ツールの「イエプロ」、見積・受発注・売上・請求の管理システムの「HOPE」などがある。そのほか、重要テーマ別分科会研修会、販売店とメーカーをつなぐ製販懇親会やショールームを活用した地元密着の「ショールームみらい市」、エリア内配送の充実やパイプ・バルブの組立・加工・システム配管の充実といったサービスも行っている。

みらいクラウドをベースにしたしくみづくり



出所：橋本総業ホームページより掲載

強い結び付きのバリューチェーンが強み

3. 強み

同社の強みは、在庫力や配送力、施工・加工能力、全国展開、業容の幅広さであるが、真の強みは、こうした強みをいかんなく発揮するための取引先との関係性＝バリューチェーンにあると考えるべきだろう。「みらい会」や「みらい市」、「みらいサービス」などの裏方として川上と川下をつなぐことに徹することで、同社はメーカーや2次卸の厚い信頼を得る。特に2次卸向けには情報発信から販促支援、システム開発、人材教育まで、他社にない手厚いサービスを提供している。なかでも後継者を3～5年預かって経営者としての教育をする「橋本学校(みらいアカデミー)」の卒業者は相当数いる。その結果、同社と取引先はさらに強い結び付きができ、ベストパートナーとしてメーカーから2次卸・施工業者までが一体となってコラボレーションできるのである。

■ 中期経営計画

「3つのベスト」で「7つのみらい」を実現

1. 「3つのベスト」

同社は「設備商品の「流通」と「サービス」を通じて、快適な暮らしを提供する」というミッションのもと、すべてのステークホルダーの期待に応え、社会に貢献することを目指している。ビジョンは「3つのベスト」の追求で、7つのステークホルダーに貢献することである。「3つのベスト」とは「設備のベストコーディネーター」「流通としてベストパートナー」「会社としてベストカンパニー」のことである。まず商品を直接手にする施主や工事に携わる施工事業者に対して、「設備のベストコーディネーター」として施主にはホームページやネットカタログ「e-設備 NET/PRO」を通じて、施工業者には“4位1体”のバリューチェーンの中で、最適に組み合わせられた商品を提案することができる。また、「流通としてベストパートナー」として購買代理機能や販売代理機能を発揮することで、仕入先や販売先との共存共栄を図ることができる。さらに、株主に対しては1株当たり利益を増加させることで株価や配当を充実し、社員に対しては各人の働きがいやキャリアアップなど職場環境を拡充し、社会に対しては環境課題などに取り組むことで社会に役立つ「会社としてベストカンパニー」を目指している。併せて、将来へ向けて、社会的価値の高い「7つのみらい」の実現にも努めている。

「7つのみらい」

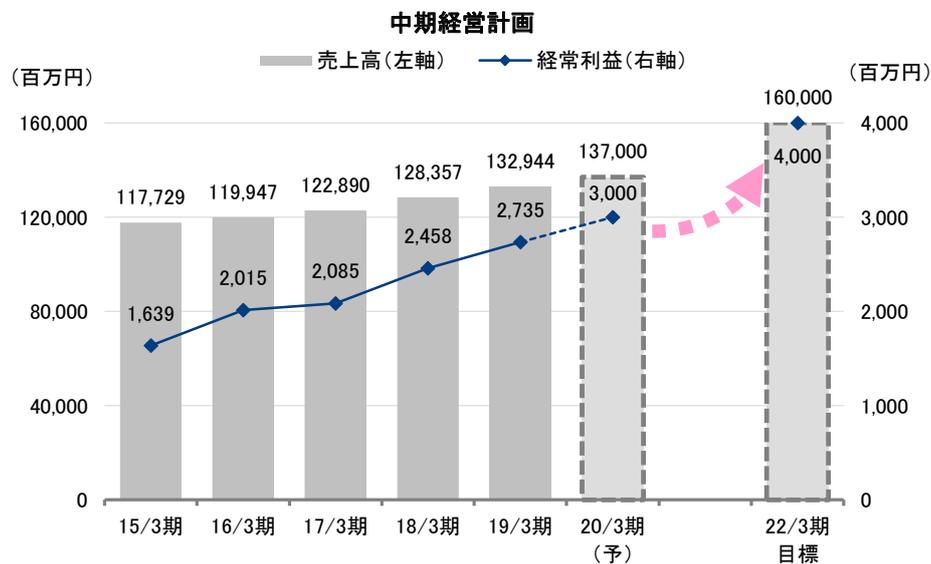
潮流	エコエネルギー	省エネ（躯体）、省エネ（設備）、省エネ（ゼロエネ化）	⇒ 環境・エネルギー
	中古住宅流通、RF	水回りRF、省エネRFへ、中古住宅流通（インスペクション）	⇒ ストック活用
	健康・快適	高齢化対応、医療設備、介護設備	⇒ 健康・快適事業の拡大
政策	安全・安心	セキュリティ、防災対応、インフラ再構築	⇒ 耐震・インフラ事業の拡大
	地域活性化	観光、地域需要、農業	⇒ 地域別事業の拡大
	グローバル化	インバウンド、海外進出、海外インフラ	⇒ 海外事業の拡大
基盤	IT活用	IoT、AI、ビッグデータ、シェアビジネス	⇒ ネットビジネスの拡大

出所：ホームページよりフィスコ作成

2022年3月期に経常利益40億円を目指す

2. 中期の取り組み

130年の歴史を支えてきた「正直、親切、熱心、感謝」という変わらぬ基本精神のもと、時代の変化を捉え取引先から常に「ベストパートナー」として認めてもらえるよう、「3つのフル」「みらい活動」「進化活動」という取り組みによって同社は中期的な成長と進化を図っている。中期の取り組みのうち「3つのフル」の追求は、成長への取り組みである。県別営業体制で全国を「フルカバー」し、顧客が望む商品を何でもワンストップ「フルライン」で提供し、流通の要として1次卸の持つ「フル機能」によって様々な需要に対応している。業界最大、最良のネットワークへの取り組みである「みらい活動」では、「4位1体」となって、県別（支店別）に「みらい会」を展開、「みらい会」の会員相互の商売の場である「みらい市」を開催し、会員にいつでも、どこでも、何でもサービスする「みらいサービス」を提供している。そして、「進化活動」によって生産性を向上させる取り組みに注力している。「進化活動」では具体的に、商流の一貫化や物流の共同化、情報の共有化など「みらいプラン」によってしくみづくりを、資格や基本知識、商品知識の取得を通じて業界におけるプロ人材の育成を図る「みらいアカデミー」によって人づくりを、5S（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）の徹底や情報・行動・成果の見える化、チーム活動により品質向上を目指す「みらいステージ」によってしかけづくりを推進している。これらにより、当面の目標として、2022年3月期に売上高1,600億円、経常利益40億円、自己資本比率40%、ROE9.5%、ROA4.0%の達成を目指している。



出所：決算短信、会社資料よりフィスコ作成

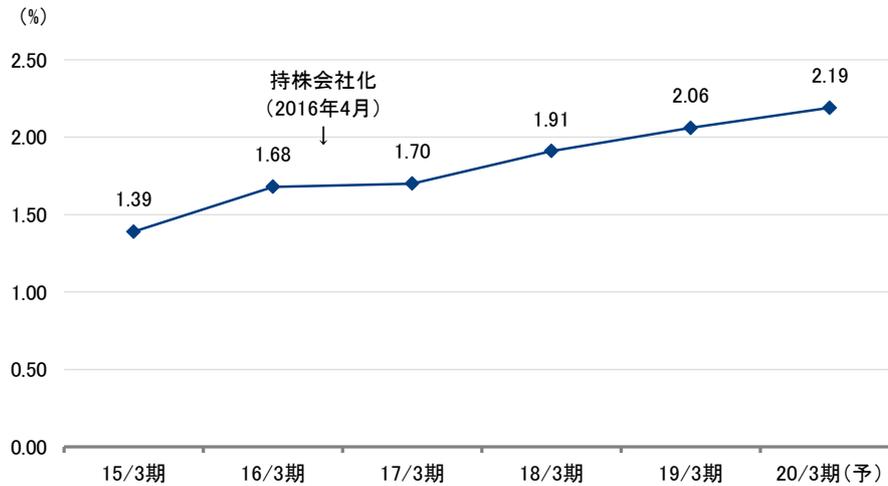
業績動向

持株会社化で収益改善が加速

1. ターニングポイント

水道用材料でスタートした同社は、その後管材類全般から住宅設備機器などへと取扱商材を拡大、それに伴い取引メーカー数を増やし、1980年代以降はエリア戦略を背景にシェアアップ、2018年にはおおむね全国をカバーする管工機材・住宅設備機器卸へと成長した。近年はM&Aを積極化することで、グループ企業数も増えている。このため同社は、2016年4月に持株会社体制に移行した。狙いは、大きく拡大した業容やグループ会社間のシナジーを、共同営業や共同仕入、共同配送などによって発揮すること、西日本の深耕や管材・電材・建材の一体化、ネット取引など新たな事業への取り組み、そして「7つのみらい」の実現である。ここ数年、収益性の改善に加速が付いているが、競争が起こりにくい低単価品やトレンド商品などを積み増すなど、在庫リスクをしっかりとれるようになったことが要因と考えられる。これは、シナジーなど同社の狙いの表れという理解ができるため、持株会社体制への移行の決断は高く評価できる。

経常利益率の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

2019年3月期は、収益性の向上により増収増益で着地

2. 2019年3月期業績動向

2019年3月期の業績は、売上高132,944百万円（前期比3.6%増）、営業利益2,482百万円（同11.6%増）、経常利益2,735百万円（同11.3%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,803百万円（同4.6%増）となった。2018年度の国内建設業界において、民間住宅投資は貸家の着工減はあったものの持家と分譲が底堅く推移、民間非住宅投資は企業の設備投資の増加を背景に堅調に推移した。一方、公共投資はほぼ横ばいとなり、業界全体で若干のプラス推移となった。

このような状況下、親会社株主に帰属する当期純利益については、投資有価証券売却損などを特別損失に計上したため伸び率が低くなった。しかし、一層のシェアアップと新規需要の開拓を目指し、成長への取り組みである「3つのフル」を実践、業界最大・最良のネットワークへの取り組みとして「みらい活動」、生産性向上への取り組みとして「進化活動」も具体化して積極展開した。このため、売上高で2,944百万円、営業利益で82百万円、経常利益で135百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で153百万円期初計画を上回る好調な業績となった。

2019年3月期業績

(単位：百万円、%)

	18/3期			19/3期		
	実績	売上比	増減率	実績	売上比	増減率
売上高	128,357	100.0	4.4	132,944	100.0	3.6
売上総利益	13,008	10.1	7.8	13,643	10.3	4.9
販管費	10,784	8.4	5.7	11,161	8.4	3.5
営業利益	2,223	1.7	18.7	2,482	1.9	11.6
経常利益	2,458	1.9	17.9	2,735	2.1	11.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,723	1.3	22.2	1,803	1.4	4.6

出所：決算短信よりフィスコ作成

橋本総業ホールディングス | 2019年8月30日(金)
 7570 東証1部 | <https://www.hat-hd.co.jp/>

業績動向

2019年3月期セグメント別業績

(単位：百万円、%)

セグメント売上高	18/3期			19/3期		
	実績	売上比	増減率	実績	売上比	増減率
管材類	41,249	32.1	7.4	42,895	32.3	4.0
衛生陶器・金具類	37,791	29.4	4.3	38,036	28.6	0.6
住宅設備機器類	21,475	16.7	3.4	21,615	16.3	0.6
空調機器・ポンプ	26,294	20.5	0.8	28,917	21.8	10.0
その他	1,546	1.2	9.3	1,479	1.1	-4.3

セグメント利益	18/3期			19/3期		
	実績	利益率	増減率	実績	利益率	増減率
管材類	4,731	11.5	13.2	4,983	11.6	5.3
衛生陶器・金具類	3,677	9.7	8.2	3,865	10.2	5.1
住宅設備機器類	1,814	8.4	6.1	1,842	8.5	1.5
空調機器・ポンプ	2,242	8.5	-2.0	2,435	8.4	8.6
その他	542	35.1	9.7	516	34.9	-4.8

出所：決算短信よりフィスコ作成

部門別において、管材類部門の売上高は42,895百万円（前期比4.0%増）となった。住宅分野は新築とリフォーム需要とともに低調だったため汎用配管材の販売は横ばいだったが、非住宅分野は建築設備工事や工場プラント関連の需要が増加したため堅調に推移した。原材料や物流費などコストプッシュの影響を受けて製品価格を値上げしたが、商品の安定供給を図るため、市況への機動的対応や在庫商材の拡充、商材の拡大に注力した。

商品別では、パイプは鉄鋼製品全般の需要が好調に推移する一方原材料費が高騰したが、同社は積極的に値上げに取り組んで市況改善を図る一方、在庫管理精度の向上や即納体制の強化、鋼管類の加工対応などを進めた。継手は金属系が競争激化で価格下落、防災設備向けは安定推移、ステンレスが増加傾向という状況のなか、同社は在庫拡充による即納体制の強化やパイプやバルブと組み合わせた総合的な受注、特需部門での販売強化などを推進した。バルブは建築設備需要が都内を中心に活発化したものの、プラント関連投資が半導体関係中心に減少、新規案件も都内再開発以外が減少するなか、同社は市況価格に対応した販売体制や在庫商材の種類と量の充実、自動弁の組立て機能の活用などを推進した。化成品は素材価格上昇による製品値上げ、プレハブ化の浸透による住宅・非住宅における需要増という環境にあり、同社は在庫拡充により即納体制やルート販売を強化、戸建向け樹脂管のプレハブ加工を充実させた。土木・その他は耐震化や老朽管更新の需要増の反面、人手不足による実工事の減少、ポリエチレン管とGX管の採用エリアの拡大、150A以下の樹脂管と铸铁管の比率逆転といった状況にあり、同社は地方支店中心に販売エリアを拡張、地域ごとに給水材料の取扱いを進め、樹脂管の即納体制を構築した。

橋本総業ホールディングス | 2019年8月30日(金)
7570 東証1部 | <https://www.hat-hd.co.jp/>

業績動向

衛生陶器・金具類部門の売上高は 38,036 百万円（前期比 0.6% 増）となった。住宅需要が新築・リフォームともに年間を通じて若干低迷する一方で、非住宅物件のリフォーム需要は前年をやや上回って推移した。同社は住宅リフォーム需要への対応強化のためメーカーのショールームを活用して潜在需要を取り込む一方、非住宅分野のホテルや保育園といった公共物件の受注に注力した。トイレ・水栓金具は住宅の新築・リフォーム需要が若干低迷したものの、非住宅物件や高級機ゾーンのトイレがやや伸長しており、同社は新商品をメーカーと共同 PR をするとともにショールーム商談会を強化、在庫機能を生かした商品供給体制を構築した。洗面・浴室設備は戸建住宅向けがやや増加、集合住宅向けがやや減少、普及品は前年並みだったが高級品がやや低迷、一方で非住宅物件向けは好調に推移した。同社はユーザー向けの提案型ショールームイベントを開催し、東雲エコリフォームセンターにおける研修体制も強化した。

住宅設備機器類部門の売上高は 21,615 百万円（前期比 0.6% 増）となった。給湯機器は非住宅の需要が堅調に推移したことで業務用の需要が好転、住宅向けではエコキュートの取替需要が好調に推移した。なかでもガス機器と石油機器で省エネ・高効率タイプのものが伸長した。キッチン各メーカーから新商品が発売されていることもあり、戸建リフォーム向けの需要がやや増加した。メーカー間で差が生じたシステムキッチンはやや伸長、セクショナルキッチンは前年並みとなった。これに対し同社は、リフォーム・取替需要に対応して給湯器の在庫を積み増して自社キャンペーンを展開、ショールーム商談会を活用してマンション向けキッチンの受注にも注力した。また、省エネ・高効率給湯器の拡販に全国ベースで取り組み、ガス、石油、電気を複合した提案を強化、地域ごとに主力メーカーとのタイアップを推進した。住宅総合卸としての強みを生かし、ショールーム商談会や設備商品のトータル受注も強化した。

空調機器・ポンプ部門の売上高は 28,917 百万円（前期比 10.0% 増）となった。空調機器類の需要が猛暑の影響などにより高水準で推移、特に住宅用は高機能型が人気で販売単価が上昇した。換気扇の需要は住宅竣工件数とほぼ連動し前年をやや下回ったが、浴室暖房乾燥機は伸長、汎用ポンプ、家庭ポンプはともに堅調に推移した。その中で同社は、仕入先との関係を強化するとともにユーザーニーズに合わせて普及機から高機能機まで幅広く提案を行ったことで、業務用空調機の販売は堅調に推移した。空調・換気機器は更新需要が拡大するなか、高級機ゾーンが拡大する一方、業務用は個別分散方式とセントラル方式に 2 極化した。同社は仕入先と情報共有を進め、省エネ機の拡大やポリウムゾーン、学校空調需要への対応を進めた。ポンプ・水槽の需要は家庭用が縮小傾向だったが産業用は更新需要で堅調、給水用はユニット型が拡大した。同社は地域との接点を強化し物件情報を早期に収集、農水、産機、土木関連分野での取り組みを強化、家庭用ポンプの販売シェアを拡大した。エネルギー関連では省エネ、蓄エネ、創エネといった需要に対応した製品を増やした。蓄電池と HEMS の連携商品の製品化が進んだ一方で、産業用太陽光発電の需要は減少した。同社は省エネ、蓄エネ、創エネ商材や HEMS と蓄電池、デジタル家電の提案を強化、産業用太陽光システムの拡販も推進した。

2020年3月期は、「10の基本方針」を推進することで増収増益を目指す

3. 2020年3月期業績見通し

2020年3月期の業績見通しについては売上高137,000百万円(前期比3.1%増)、営業利益2,750百万円(同10.8%増)、経常利益3,000百万円(同9.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益2,000百万円(同10.9%増)を見込んでいる。

2020年3月期業績見通し

(単位:百万円、%)

	19/3期			20/3期		
	実績	売上比	増減率	予想	売上比	増減率
売上高	132,944	100.0	3.6	137,000	100.0	3.1
売上総利益	13,643	10.3	4.9	-	-	-
販管費	11,161	8.4	3.5	-	-	-
営業利益	2,482	1.9	11.6	2,750	2.0	10.8
経常利益	2,735	2.1	11.3	3,000	2.2	9.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,803	1.4	4.6	2,000	1.5	10.9

出所:決算短信よりフィスコ作成

2019年度の建設投資は、民間住宅投資が前年比0.9%減、民間非住宅投資が同1.0%減、公共投資が同6.5%増、名目建設投資全体で同2.1%増が見込まれている(建設経済研究所予想)。同社は既存分野のシェアアップを目指し、地域密着型の営業を積極的に展開していく方針である。なお、売上総利益については仕入価格・販売価格の管理強化により利益率向上、一般管理費については引き続きコスト削減を図っていく考えである。

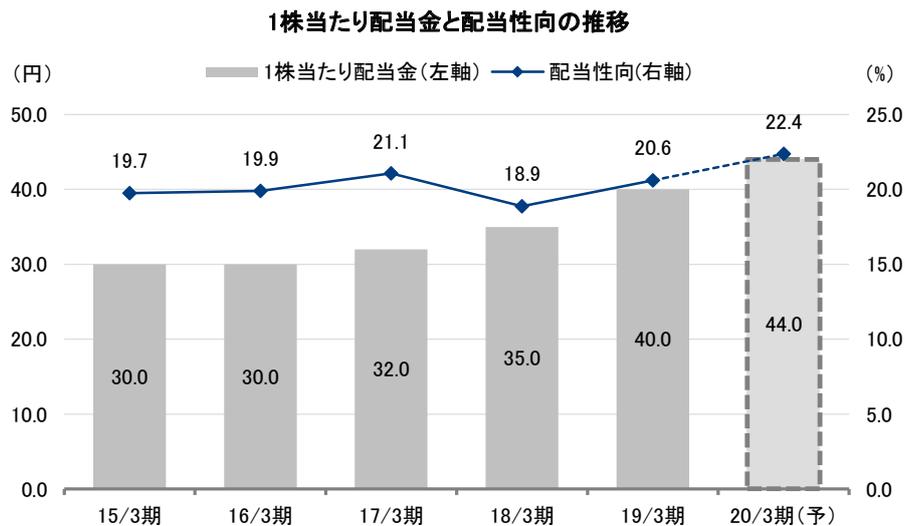
具体的には、中期の取り組みである「3つのフル」「みらい活動」「進化活動」を戦術に落とした「10の基本方針」を推進する考えである。「10の基本方針」とは、1)取引先第一主義を背景に早い、安い、確実を追求することで取引先に対するCS向上に取り組む、2)営業活動のルーティン化で予算必達を目指す、3)トータル化、コラボ化、新規の推進で10%の売上成長を目指す、4)しくみづくり、人づくり、しかげづくりで生産性の10%向上を目指す、5)「みらい会」「みらい市」「みらいサービス」など「みらい活動」を拡大充実させる、6)「7つのみらい」の商材を導入し売上成長を図る、7)働き方改革、ESG活動、健康企業など制度変化に対応する、8)商談などで事前、施工などで当日、メンテナンスなどでは事後の機能を強化する、9)オンデマンド教育やリアル教育(橋本学校)を通じて人材の育成を図る、10)コンプライアンスを遵守しリスクへの対応力を強化する、の10項目である。なかでも1)取引先第一主義の徹底や3)取引先とのコラボレーションによる成長への取り組み、4)生産性向上による進化への取り組み、の3つは、重点方針としている。

株主還元策

連続増配中

1. 配当方針

利益配分については、収益力の向上を図ることにより株主に対し安定した配当を行うとともに、業績に応じた利益還元を行うことを基本方針としている。内部留保金については、経営環境の変化に対応できる企業体質の確立と、経営基盤の維持に使用する方針である。上記方針のもと、2019年3月期の1株当たり配当金は、中間配当18.0円と期末配当22.0円を合わせて通期配当金を40.0円とした。2020年3月期の配当に関しては、1株当たりの配当金は中間配当金22.0円、期末配当金22.0円、通期配当金44.0円を予定している。今後とも収益向上に努め、株主の期待に応えるべく、更なる株主還元も検討していく考えである。



出所：決算短信よりフィスコ作成

100株以上でQUOカード贈呈

2. 株主優待制度

株主の日頃の支援に応えるとともに、同社株式への投資魅力を向上させ、より多くの株主に中長期的に保有してもらうことを目的に、同社は株主優待制度を取っている。対象となる株主は、毎年3月31日現在の株主名簿に記載された同社株式1単元（100株）以上を保有する株主としている。また、優待の内容は、保有株式数100株以上で株主優待品QUOカード（1,000円相当）を贈呈するとしている。

免責事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp